



TITLE:

京大東アジアセンターニューズレター 第582号

AUTHOR(S):

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター

CITATION:

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター. 京大東アジアセンターニューズレター 第582号. 京大東アジアセンターニューズレター 2015, 582

ISSUE DATE:

2015-08-10

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/199582>

RIGHT:

2015 年 8 月 10 日発行 第 582 号

CONTENTS

ニュースレター休刊のお知らせ.....	2
上海街角インタビュー 92.....	2
【中国経済最新統計】	5



ニュースレター休刊のお知らせ

いつも「京大東アジアセンターニュースレター」をご覧下さり、まことにありがとうございます。ここに深く御礼申し上げます。

大変勝手ではございますが、お盆休みにつき、次週は当ニュースレターを休刊させていただきたく存じます。ご迷惑をお掛けしますが、ご理解のほどよろしくお願い申し上げます。

編集者より

上海街角インタビュー ⑨

社団法人大阪能率協会アジア・中国事業支援室副室長（海外委員）

順利包装集团董事长（在上海）

福喜多技術士事務所所長

福喜多俊夫

SNS を楽しんでいますか？

中国は世界に冠たるスマホ大国、ソーシャル・ネットワーキング・サイト (SNS) も発達している。もっとも海外の SNS は規制されているので、Line、Twitter、Facebook、Google のようなものはすべて中国国産である。アシスタントに聞いたところ、中国には下記の SNS がある。

中国版 skype : 「QQ」

中国版 Google : 「百度 Baidu」

中国版 Line : 「微信 WeChat」

中国版 YouTube : 「優酷 Youku」

中国版 Twitter : 「微博 weibo」

中国版 Facebook : 「人人網 Renren」

さて、上海人はどのように SNS を楽しんでいるのだろうか？

1. 40 歳代後半の男性

私は「微信」に登録しています。もっとも、メール代わりに使っている程度で、写真をアップするような面倒なことはしていません。まあ、日常連絡手段としてメールを打たなくても声で届くので便利です。一日の利用時間も 1 時間に満たないでしょう。

2. 40 歳代前半の男性

私は「微信」を使っています。写真やファイルなどの転送が便利なので、E メールより多用しています。仕事から、情報収集、友達との情報交換など幅広く使っています。

3. 50 歳代前半の男性

私は主に「微信」を使っています。毎日 1 時間毎に見なければ落ち着かない感じです。会議中でもそっと見えています。微信中毒です。「人人網」や「微博」は、もはや時代遅れです。微信以外の SNS の利用率は全部あわせても 10% 以下だと思います。微信は海外でも使えるので、海外にいる中国人に人気があるようです。

4. 40 歳代中頃の女性

私は、「QQ」、「百度」、「優酷」、「微博」、「微信」を使い分けています。「人人網」は使ったことがありません。使い方を説明しましょうか。

「QQ」：友人、同僚、顧客とのコミュニケーションに毎日使っています。

「百度」：情報収集の必要が出たときに使います。これは検索エンジンです

「優酷」：ドラマを見ると使います

「微博」：数年前はよく使いましたが、「微信」が出来てから殆ど使いません

「微信」：友人や同僚とのコミュニケーションに毎日使っています。「QQ」と同じ会社が運営しています。

いろいろ使い分けているけれど、「微信」が最も使いやすく便利です。

5. 20 歳代後半の女性

以前は「微博」を使っていたが、今は「微信」だけです。微信でチャットも出来、写真とか情報を交換できます。事務所の社長も「微信」を使っていて、これで指示が来ることがあります。私は毎日数分おきに「微信」をチェックしています。両親も「微信」で友達とやりとりしています。

6. 20 歳代前半の女性

使っているのは「微信」だけです。友達との日常のコミュニケーション、旅先からの写真の送付などとても便利です。1 月末に日本へ旅行したときは、買い物風景からレストランの食事まで数分毎に友達に写真を送り羨ましがらせました。

7. 40 歳代中頃の女性

「微信」と「優酷」を使っています。メールは打つのが面倒なのでパソコンは持っていません。スマホとタブレットです。「微信」で子供のママ友とチャットをし、「優酷」でドラマを見ています。

8. 女子高生

「微信」です。友達とのコミュニケーションに必需品です。授業中を除いてほぼ一日中見えています。

中国では老若男女を問わず、圧倒的に「微信」の利用が多い。中国工業情報部の発表では 2013 年 7 月時点でユーザーは 4 億人を突破した。今では更に増えていると思う。

以上

【中国経済最新統計】

	① 実 質 GDP 増加率 (%)	② 工 業 付 加 価 値 増加率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加 率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億ドル)	⑦ 輸 出 増加率 (%)	⑧ 輸 入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加 率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005 年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006 年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007 年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008 年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009 年	9.1	11.0	15.5	▲0.7	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
2010 年	10.3	15.7	18.4	3.3	24.5	1831	31.3	38.7	16.9	17.4	19.7	19.8
2011 年	9.2	13.9	17.1	5.4	24.0	1549	20.3	24.9	1.1	9.7	13.6	14.3
2 年	7.7	10.0	14.3	2.7	20.7	2303	7.9	4.3	▲10.1	▲3.7	13.8	15.0
2013 年	7.7	9.7	11.4	2.6								14.1
5 月		9.2	12.9	2.1	19.7	204	0.9	-0.1	-14.4	0.3	15.8	14.5
6 月	7.5	8.9	13.3	2.7	19.9	271	-3.3	-0.9	-17.3	20.1	14.0	14.1
7 月		9.7	13.2	2.7	20.2	178	5.1	10.8	1.2	24.1	14.5	14.3
8 月		10.4	13.4	2.6	21.4	285	7.1	7.1	-11.7	0.6	14.7	14.1
9 月	7.8	10.2	13.3	3.1	19.6	152	-0.4	7.4	-16.8	4.9	14.2	14.3
10 月		10.3	13.3	3.2	19.2	311	5.6	7.5	-8.2	1.2	14.3	14.1
11 月		10.0	13.7	3.0	17.6	338	12.7	5.4	-9.3	2.3	14.2	14.2
12 月	7.7	9.7	13.6	2.5	17.2	256	4.3	8.6	-3.4	-42.6	13.6	14.1
2014 年												
1 月				2.5	19.8	319	10.5	10.8	-8.6	-4.5	13.2	14.3
2 月				2.0		-230	-18.1	10.4	1.3	4.0	13.3	14.2
3 月	7.4	8.8	12.2	2.4	17.3	77	-6.6	-11.3	6.1	-1.5	12.1	13.9
4 月		8.7	11.9	1.8	16.6	185	0.8	0.7	0.5	3.4	13.2	13.7
5 月		8.8	12.5	2.5	16.9	359	7.0	-1.7	8.4	-6.6	13.4	13.9
6 月	7.5	9.2	12.4	2.3	17.9	316	7.2	5.5	10.3	0.2	14.7	14.0
7 月		9.0	12.2	2.3	15.6	473	14.5	-1.5	14.0	-17.0	13.5	13.4
8 月		6.9	11.9	2.0	13.3	498	9.4	-2.1	5.2	-14.0	12.8	13.3
9 月	7.3	8.0	11.6	1.6	11.5	310	15.1	7.2	9.4	1.9	11.6	13.2
10 月		7.7	11.5	1.6	13.9	454	11.6	4.6	8.7	1.3	12.1	13.2
11 月		7.2	11.7	1.4	13.4	545	4.7	-6.7	-8.6	22.2	12.0	13.4
12 月	7.3	7.9	11.9	1.5	12.6	496	9.5	-2.3	6.1	10.3	11.0	13.6
2015 年												
1 月				0.8		600	-3.3	-20.0	2.2	-1.1	10.6	14.3
2 月				1.4		606	48.3	-20.8	49.8	0.1	11.1	14.7
3 月	7.0	5.6	10.2	1.4	13.1	31	-15.0	-12.9	0.3	1.3	9.9	14.7
4 月		5.9	10.0	1.5	9.6	341	-6.5	-16.4	2.9	10.2	9.6	14.4
5 月		6.1	10.1	1.2	9.9	595	-2.4	-17.7	-14.0	8.1	10.6	14.3
6 月	7.0	6.8	10.6	1.4	11.6	465	2.8	-6.3	4.6	1.1	10.2	14.4

注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。

2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1 月と 2 月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、() 内の数字は 1 月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。

3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の 86%（2007 年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。

出所：①—⑤は国家统计局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。